

# Le team building prend de l'ampleur autour du tourisme thudinien

THUIN

Le nouveau produit de l'office du tourisme, le team building, se développe cette année.

**D**epuis 2017, l'office du tourisme de Thuin met les bouchées doubles pour attirer son public. Notamment grâce au nouveau projet lancé cette année-là: le team building.

Il y a deux ans, cette offre représentait 5% du chiffre d'affaires de l'office du tourisme, aujourd'hui elle en représente 30%. Cette amélioration est le résultat d'un travail acharné pour contrer la diminution des voyages en car. L'idée est de proposer le territoire thudinien comme un terrain de jeu. Cette nou-

velle offre d'activités permet d'attirer un public différent. Ces activités développent les groupes et permettent également de faire revenir des personnes individuellement.

Petite ou grosse entreprise, le team building est adapté aux besoins de la société. L'office du tourisme organise toute la journée de A à Z, les animations, les visites, et choisi un partenaire restaurateur lorsqu'un repas est demandé. Sans oublier le cadeau offert aux participants, qui provient des commerçants locaux. Les objectifs sont multiples: tourisme, loi-

sirs et économie locale. En une année, le team building a augmenté. En octobre 2019 on comptabilisait déjà plus de 40 teams building contre une vingtaine en 2018.

L'office du tourisme fonctionne aujourd'hui comme une petite entreprise. Elle s'est professionnalisée en quelques années. Sa force aujourd'hui est le marketing. "La promotion est devenue une grosse partie de notre travail", explique Swamini Decuir. L'office du tourisme utilise également les réseaux sociaux, qui lui permettent de montrer ce qu'il fait pour le tourisme thudinien.

En quelques années, l'office du tourisme s'est développé en communication, en promotion et dans le team



En octobre 2019, la fréquentation de l'office du tourisme se portait déjà à 12 501 personnes. © D.R. (OFFICE DU TOURISME)

building, mais aussi ailleurs! La boutique a adhéré au zéro déchet et propose des objets faits maison. Un nouveau public est devenu une priorité: les personnes extraordinaires. Le projet de team building

n'est qu'au lancement. L'équipe, composée de sept filles, souhaite arriver à maturité dans sept ans. Et d'ici là, de nouveaux produits verront le jour.

L.Or.